

貿易取引における過当競争の影響とその対策

張 聰 仁

キーワード：船積期日、外貨準備高、F T A

- 1 序
- 2 過当競争の背景・影響
- 3 日本自動車業界における過当競争の実態
- 4 過当競争の問題点及び今後の対策
- 5 結論

1 序

人間社会は進歩がなければ、退歩か、せいぜい現状維持に終る。従って、進歩開発を望む人間社会において、その刺激的な要素として、競争が極めて必要なものであるといえる。

資本主義体制のもとで、公正な自由競争によって、その商品の適当な価格で消費者に提供する。W T O（world trade organization）ルールでは、公正で自由かつ無差別のもとに秩序のある国際貿易を行なうということになっている。公正な自由競争が行なわれないと、企業側が価格を独占的に決定し、消費者に高い商品を売りつけることになりかねない。そこで、公正な自由競争を確立し、企業側の公正な自由競争によって、よい商品をしかも安く消費者に提供することが、消費者だけではなく、企業側にとっても重要なことである。

資源の乏しい日本では、企業側が生き残るために、常に技術革新、生産合理化による製品の品質の向上、品種の多様化、コストダウン等を積極的に行ない、その製品の販売先は日本国内だけではなく、その大部分を世界諸国との貿易に依存しなければならない。それ故に、国際競争力をつけるために、

輸出振興策、貿易促進を図っている。

自由競争が行なわれずに、過当競争がなされると、企業間の激しい摩擦が生じ、場合によって、競争に負けた方は倒産に追い込まれることになる。

本論文は日本企業への過当競争による多くの影響・問題点及び今後の対策について論じることとする。

2 過当競争の背景・影響

まず、簡単に世界と関連の中で、過当競争の背景をさぐってみることとする。

今日、諸外国と貿易取引を行なっていない国は殆んどない。貿易取引はそれぞれの国の社会構造と政治の発展段階によって相違する。現在の発展した世界経済の下では、先進国も発展途上国も同様に、世界貿易の網の目のの中に組み入れられるので、どんな国にとっても、貿易取引を行なわずに、その国の経済を維持、発展させることは不可能である。世界経済が非常に密接になってくると、一国の国民経済は諸外国との貿易取引に関わっている。従って、貿易取引はどの国の国民生活水準の向上にとっても、最も大切なものである。

国民経済に対する貿易取引の重要性は国の経済構造によって異なる。貿易を国民経済との関連において測定する方法は、貿易依存度の代表的なものの一つである国内総生産 (gross domestic product) に対する貿易額の比率として示される。日本総務省統計局¹⁾によると、2000年における日本の貿易依存度は18.1%である。日本の約26倍の広大な面積を持つアメリカは、生産に必要ないろいろな資源を豊富に持っているので、貿易依存度は20.6%であり、面積の割合から見ると、相対的に低要因となっている。貿易依存度は、一国の経済がどの程度、外国貿易に依存しているのかの割合を現わすと同時に、貿易取引が国民経済の発展に貢献する度合を明示している。

日本の貿易依存度は面積の割合から見れば、相対的に極めて高い。このことから日本の経済成長は貿易伸長にかかっているといえる²⁾。日本だけではなく、一般に一国の経済を成長させるためには、貿易の振興が不可欠である。従って、世界各国は様々な方法及び手段を取って、貿易促進を図っている。

アメリカでは、貿易赤字を削減するために、輸出振興に本腰を入れなければならない。そのため、輸出促進融資制度や貿易見本市認証制度の設立及び輸出商社制度を設けている。1982年に、輸出振興策の目玉として、「輸出商社法」³⁾が成立された。

特に、N I E S (newly industrializing economies) においては、海外市場を確保するため、国際競争力をつけるための技術高度化と輸出品目の多様化は極めて大切な課題である。

韓国では、少数の大企業による輸出品目のかたよりを防ぐために、1985年に、「千社の中堅輸出企業」を育て、輸出品目数を増加させる計画があった。また、政府は中小企業の育成を進め、高度先端技術関連産業への課税減免措置の実施及び民間企業の研究開発に力を入れている。

シンガポールでは、貿易促進を図るため、企業活動に対する数多くの振興策を盛り込んでいる。その主な内容は労働者雇用税の徴収中止、技術開発基金の賦課金の引き下げ等である。また、2002年度予算の中に、地域統括本部の誘致に向け、駐在外国人に対する優遇税制措置を設けている。

その他、中国では、経済活性化、貿易促進を図るために、台湾で設立した「新竹科學工業園區」に類似した「中関村サイエンスパーク」を設立し、技術高度化を目玉の一つとしている。その目的は外国から資本を導入して、コンピュータ、通信機器、医療、バイオ、自動車等のハイテク産業の研究開発を積極的かつ効率的に行なうことである。また、法人税（企業所得税35%から15%への引き下げ）の税制面で優遇措置がある⁴⁾。

以上のようなことが世界各国において、貿易依存度と貿易振興策によってもたらされる過当競争の大きな背景にあると考えられる。

資本主義経済の発展においては、適正な競争は経済・生活両面に輝きを与えるので、企業間にある程度の競争が存在する関係は国民の競争心に負うところが極めて大きい。競争は経済競争として、普遍的かつ正常な現象である。

競争の増大は旧来の高コスト生産者を排除するとともに、生産の合理化、最新技術の導入、技術革新を促進し、その結果、生産性が向上し、価格が引

き下げられ、実質所得が増大し、生産物への需要は増大し、一層の投資が行なわれ、競争がさらに激化し、累積的に市場の望ましい効果が拡大して行くのである。

貿易取引の自由化の進展に伴う適正な競争による能率増進が基本理念であり、よい意味の競争はあくまでも公正かつ適正な競争であるべきであり、適正でない度を越えた過当競争は経済全体を退化させる。

過当競争の概念については、論者まちまちであり、経済的にはともかく、包括的、明確的に規定された解答は与えられないと言っても過言ではない。

過当競争とは、その競争過程を通じて、生産性の向上を期しえず、また品質の低下、さらに、資源の無駄な浪費をもたらし、その適正な配分をもたらさないような競争を意味する⁵⁾。その結果、得られる国民経済的利益よりも、失なう国民経済的コストのほうが大きい。

また、過当競争は二つの形態に分類できる。一つは多数の中小企業がお互いに競争し、その結果、利潤が低下し、時には産業の利潤率がマイナスの現象になって、倒産の状態に追い込まれる。もう一つは、大企業、メーカー間で、設備投資や販売条件の方法や浪費的広告の競争が過大すぎる状態になる場合である⁶⁾。

現在、日本の企業は生産規模でも、経営規模でも、欧米諸国に比較すれば、若干の業種を除いては、格段に劣っていることが指摘できる。このように、企業規模、資本が過小で、企業の基礎が弱いことが過当競争をもたらす理由になる⁷⁾。反面、その積極的な設備投資競争、販売競争が日本の経済拡大に貢献し、輸出を伸長させる原動力となったともいえる。

貿易取引における過当競争は、すべて商社にあるとし、商社だけを悪者扱いにするものもあるが、商社だけではなく、日本のメーカーの間にも同様に貿易上の過当競争が存在するともいえる。

貿易取引上、特に輸出面に現われている競争の傾向は能率と質の競争から、値下げ競争に変わりつつある。

次に、貿易取引では、過当競争の輸出入国に与える影響について検討しよう。

＜A＞ 輸出国における影響

（１） 品質改善やサービスへの努力の怠り

企業界の競争が激しくなる場合、収益を無視して、無理な成長を目指すことによって、開発サイクル等も時間の短縮に迫られ、十分な品質検査が出来なくなり、市場に不完全な商品（inferior commodities）を出すことになる。過当競争で、研究開発、製品開発に力を入れず、時代の流れに取り残されたので、同業者に比べて、人材面、資金面、技術面で大きく劣る。

貿易取引における過当競争は輸出国内部の独占企業に独占利益を与え、その企業は外国市場における廉価販売の損失を補うために、「安かろう悪かろう」という経営理念で、品質改善、サービスへの努力を行わず、さらにまた、国内市場価格を高くして、消費者に損害を与える。

貿易取引では、輸出業者は輸入業者に商品を渡した後、よりよいサービスの提供は極めて大切なことである。例えば、電気、機械類等を外国へ輸出する場合、アフターサービスは不可欠である。特に、後進国へ輸出する場合はその保証書、説明書を添付する他、技術者の派遣も必要である。

もし、過当競争で技術者と輸入国との間に距離が生じ、アフターサービスの提供が不十分であるならば、結局、安定した輸入業者の確保が困難となる。場合によって、海外の安定市場を喪失する結果となる。

（２） 輸出業者の損失

貿易取引では、過当競争による海外の輸入業者は一般に採算を無視して売り上げを伸ばすことによる生産コスト以下で商品を輸出する。また、競争の激しい輸出商品においては、輸入業者が価格、船積等で無理な契約条件を輸出業者に要求するので、その結果、時には船積遅延（delayed shipment）や為替相場の変動による契約不履行（breach of contract）をおこし、輸入業者からのクレームの原因となる。また、船積期日（time of shipment）に間に合わせるために、粗悪品が積み出され、あるいは包装不完全（bag packing）等の理由で、結局、相手方からクレームも付く⁸⁾。

貿易マーケティングの理念のもとでは、顧客のニーズに合わせた提案が欠

かせず、質の高い経営をどう展開するのが成長のポイントである。従って、輸出業者は海外市場を調査し、消費者のニーズを満たすような商品を生産しなければならない。しかし、過当競争に基づいて、不完全な商品、粗悪品、不良品を海外市場に絶えず積み出すので、輸入業者からのクレームが生じ、輸出国の信用の向上に影響を与える。

それ故に、取引先である輸入業者に迷惑をかける形で、信用が損なわれることになる。信用を失うのは一瞬であるといえるが、一旦、信用が失われたら、それを取り戻すには何年もかかることになる。そのような悪循環により、輸出国における輸出商品は買手市場になってしまう。結局、中小企業のメーカーは時にはそのために、倒産することさえある。企業の倒産、解雇等に伴う失業による社会問題が生じる恐れがある。

(3) 外貨損失の弊害

貿易取引では、特にその販売計画に際し、製品より効果的な流通・販売経路を選定し、合理的な価格を消費者に提供する。

日本では戦後にアメリカから導入された「生産性向上運動」の一環として、普及した大量生産による製品の販売先は日本国内だけではなく、その大部分を海外市場に求めなければならない。海外市場における販売競争に勝ち抜くために、輸出業者は安売りで、品質を落としがちとなり、粗悪な品質で売れ行き不振、価格引き下げという悪循環を導く恐れがある。

過当競争の結果、品質改善の喪失、顧客へのよりよいサービスの努力喪失、輸入国の安定市場の喪失、信用度喪失という影響等の他に、外貨の損失、外貨準備高（foreign currency reserves）の減少もその一つの弊害である。貿易会社とメーカー相互間の安売りによって、業者自身の利益を害するのみならず、一国の立場から見ると、外貨の損失、外貨準備高が少なくなつて、交易条件の悪化をもたらす。

貿易取引の場合、輸出国の受取外貨が減少すると、不均衡貿易となる。

< B > 海外の輸入国における影響

今日、買手市場のもとで、生き残るために、国際間の競争が益々激しくな

っている。

外国と貿易取引を行なう場合、過当競争が競争関係にある輸入国の生産者に悪影響を与える。しかし、消費者にとって、過当競争は一時的なものか、継続的なものかを問わず、より低価格で販売されるので、その面から見れば、有益であると思われる。過当競争によって、海外の輸入国の産業が衰退して転換しなければならなくなる場合には、最終的に、景気悪化、国内総生産の減少、相手国の国民生活水準を低下させることになる。

また、外国独占資本によって、例え、廉価な商品が輸入されても、必ずしも、国民の利益になるとは限らない。その理由としては、国内市場が外国品に独占される場合、結局は再び高い独占価格に陥る危険性があると考えられる。

過当競争は海外の輸入国の消費者にとって、一時的に多くの利点があるといえるが、長期的には明らかにプラスよりマイナスの面が示されるのが事実である。従って、過当競争の影響は国内外両面に渡って現れてくる。

実際、貿易取引における過当競争は外国業者と国内業者との間の国際競争と国内業者同士双方の競争の両面があるが、日本の過当競争問題は国際間の競争よりもむしろ、専ら、輸出業者あるいは製造業者といった国内業者間の競争にある。

企業は無謀な競争によって、信用を落とす危険があり、値崩れして、不当な損害を生ずるようなことは極力避け、特に、製品、品質、公平な国際競争の涵養に努力するのが極めて大切である。

3 日本自動車業界における過当競争の実態

戦後、日本の高度経済成長期に入ってから、工場設備等の生産財に爆発的な需要が期待され、日本の自動車産業の発展は著しく目覚ましく、1960年代の初めから輸出の軌道に乗って以来、段々増加した。1970年代に入り、活発な設備投資を行ない、生産性の向上を図り、それにより、国際競争力を強化し、さらに、二度の石油危機による世界的な小型車志向の高まり等を背景として輸出を伸ばし、1980年代から、自動車は日本の最大の輸出品目となった。

日本自動車産業の統計によると、自動車の車種別生産構成について、1972年代当時トラック、バス部門は40%という高いウェイトを占めたが、その後、徐々にウェイトが減少し、乗用車需要の急増大によって、乗用車部門のウェイトが2001年には83.02%まで上昇した。

2001年における日本自動車の輸出台数は4,166,169台に達し、1972年の1,086,776台を3,079,393台上回り、約30年前と比較すると、約4倍を達成した。また、1972年、国内の全生産台数に対する輸出比率は総生産台数5,289,157台に対して、20.55%で、2001年の輸出比率は総生産数9,777,191台に対して、42.60%となった⁹⁾。

日本自動車産業の輸出を急テンポで促進させた原因は日本自動車の品質管理による信頼性、大量生産によるコスト削減、特に、1971年4月1日に実施された資本・貿易の自由化による強い輸出志向のもとで、積極的な海外直接投資、対米輸出拡大のため、販売網の整備やサービス体制を進めてきたことが大切な要素であるといえるだろう。その結果、日本の自動車産業は世界市場を制している。

現在、世界的不景気の中、以前のように輸出が伸びず、さらに、日本国内におけるデフレのマーケットでは、在庫が増大し、設備投資が伸びず、しかも、主要ユーザーの需要が高まる気配はない。これまでの販売拡大、不況における販売競争の激化に基づいて、国内市場を重視することが自動車メーカー産業にとって、今後の最も重要な課題となる。

前節1で述べたように、過当競争の問題について、日本企業は海外企業と競争する前に、国内各メーカー間の競争がある。

以上のことを踏まえて、日本自動車業界の資産、資本等の財務面及び広告、販売等の営業面の両面を取り上げて分析しながら、過当競争の実態を検討する。

(A) 財務面における競争方法

2003年における自動車業界の資産、資本構成について検討する。

自動車業界の資産構成をみると、流動資産が固定資産に比較して高率を示している点は日本の企業と外国の企業との間に共通性を持っているが、バブ

ル経済崩壊後、膨張した資産、負債の圧縮で、1994年以降、日本の製造業では、固定資産の構成比が高まっている。その反面、流動資産の構成比は低下傾向をたどってきた。2003年の日本企業経営分析¹⁰⁾によると、日本自動車業界の資産構成に占める流動資産比率は日産自動車47.0%、トヨタ自動車41.7%、本田技研39.2%等の低水準となっている。

流動資産と流動負債との関係を流動比率で表すと、トヨタ自動車の199.3%、日産自動車の215.7%、本田技研工業の156.7%に対して、日産ディーゼル工業65.5%、いすゞ自動車48.3%、ダイハツ工業71.7%、三菱自動車66.0%である。高い流動比率を示す自動車メーカーは低い流動比率を示す自動車メーカーに比べ、債務返済を円滑に履行することができ、債務返済の中で、特に、短期間における債務の返済に関する決済能力を相対的に有している。また、景気減速、景気後退、デフレ等の状況のもとで、市場における競争力等の面では極めて有利に立つことは言うまでもない。従って、高い流動比率を示すトヨタ自動車、日産自動車、本田技研工業等のメーカーは低い流動比率を示すダイハツ工業、日産ディーゼル工業等のメーカーより優位性を持っていると考えられる。

一方、資本構成をみると、自動車業界は豊富な資金量で、多額な設備投資、大量生産及び大量販売による生産コストの削減、独創性豊かな性能のよい製品でマーケット競争に勝ち抜いて、市場の占有率を伸ばして、販売価格を支配することが特徴である。2003年の日本企業経営分析によると¹¹⁾、トヨタ自動車の市場占有率は36.7%で、自動車業界全体の首位のシェアを有している。日本自動車業界の中で、トヨタ自動車、本田技研工業及び日産自動車三社だけで、市場の3分の2のシェアに達している。その他の自動車メーカーは残りの約3分の1のシェアを入手するため、異常な過当競争をしているのが現状である。

自己資本では、本田技研工業、トヨタ自動車の自己資本比率は各々70.4%、68.8%である。その他の自動車メーカーの自己資本の比率は殆ど60%に満たない。自己資本の不足を多額の他人資本で補うために、自動車メーカーは総

資本の運用効率を最大限に発揮することが必要となり、利益率の低下を補うために、回転率を増加しなければならない。このように、企業の経営安全性、財務健全性を示す自己資本の過小不足を多額の他人資本に頼る場合、自動車メーカーは設備等の維持費の増加及び金利負担の増加で利潤を圧迫され、その巨額の設備等の維持費及び金利負担を補うために、総資本の運用効率を最大限に発揮しなければならない。従って、ダイハツ工業、日野自動車の総資本回転率（回／年）は1.28回、1.36回と他の自動車メーカーの回転率と比べれば、極めて高い水準に達している。また、商品在庫率でみても、ダイハツ工業、日野自動車は0.26月、0.46月と他の自動車メーカーより非常に短期間となっている。

自動車業界では、自己資本の過小なメーカーは商品在庫を長期にわたりストック（stock）しておくことができない。通常、商品在庫を長期にわたりストックしておく場合、巨額な維持費及び管理費が生じるので、資金を十分に持つのが極めて大切である。特に、資金面に不足を生ずる際に、新車の開発投資を積極的に実行できない危険に陥ちかねない。

激しい環境の変化のもとで、自動車業界における各メーカーの車種が非常に多様化している。消費者の嗜好、多様なニーズを満たす独創性のある新製品、新車を開発することによって、顧客を獲得することが可能となる。従って、新製品、新車の開発投資が一層益々激しくなってくる。本田技研工業はトヨタ自動車に続いて、燃料電池乗用車を見事に開発し、市場でリース販売を始めたのが良い例である。

また、自動車をモデルチェンジする場合、エンジンの性能には殆ど変化がなく、デザインだけを変えるようなものは見せかけのために、割高になる。それは消費者のブランド志向に付け込む商魂たくましいやり方である。これらは自動車メーカーの自己資本が豊富であるために、容易に実行されると考えられる。以上のことから、企業の財務面における過当競争の現象が生じることが分かる。

（Ｂ） 営業面における競争方法

消費者が満足する商品を生産し、適切な価格を設定し、適切な販売方法で販売し、効率的な広告や宣伝をすることがマーケティングの政策である。大量生産（mass product）によるスケールメリット（scale merit）を受ける自動車産業は市場のシェアを獲得するために、販売競争の激化は普遍的かつ不可欠な現象である。販売競争の形態には、宣伝・広告及び販売方法がある。

以下に宣伝・広告における競争について検討する。

販売競争が激化してくると、自動車メーカーにおける広告・宣伝は新製品、新車種による機能、品質、性能等製品のハード面での差別化及び外観の設計、色合い、サイズ、包装等製品のソフト面での差別化をいかに迅速にユーザーに宣伝し、自社の製品の特徴、他のメーカーとの差異や差別を強調することが重要なポイントとなる。

今日、厳しい環境における買手市場のもとで、ライバル出現による激しい販売競争に勝ち抜くために、日本の自動車業界では膨大な広告・宣伝費の支出現象が生じている。

2002年度における日本自動車業界の広告・宣伝費の支出は上位会社が日本の100大広告依頼主に入っている。特にトヨタ自動車、本田技研工業の年間広告費はそれぞれ952億円、542億円であり、日本全企業におけるベストワン、トゥーの広告依頼主の座にある¹²⁾。

一方、販売方法における競争について検討する。

日常生活の中で、自動車はマイホームに次ぎ、極めて高額な商品である。それ故に、販売方法の手段として、現金取引より割賦販売制度の利用が普遍的な現象である。市場が成熟化し、益々販売競争の激しい状況では、頭金ナシ、ゼロ金利、リベート、割戻金等のような販売条件も導入されている。

最近、自動車業界は、薄利多売主義や採算無視の価格競争により、テレビ、海外旅行等の高額景品を無料で提供するケースもしばしばみられる。日本の独禁法¹³⁾では、販売定価の一割以上の景品を「不当な景品類」として禁止する。ところが、企業側では、一人でも多くのユーザーを自店に集めて、採算を

無視して売上げを増大させるために、それ以上の景品を実施することもあると考えられる。それも過当競争の結果から生じる現象であるといえるだろう。

企業間競争を強化する際、技術革新による技術の高さが重要な要素である。貿易自由化が実施され、自動車産業が一般的には上位企業への集中による寡占企業へと確立されることが自動車産業の特色である。

4 過当競争の問題点及び今後の対策

産業競争力をつける場合、一番大きな問題となるのは賃金及び労働生産性の格差の存在である。特に、付加価値の高い、加工度の高い産業程、賃金の相違がその産業の輸出競争力に及ぼす影響が大きい¹⁴⁾。

日本の対米貿易額を見ると、2000年には、日本の輸出総額は4,807億ドルである。そのうちの対米輸出額は1,429億ドルとなり、日本の輸出総額の約30%を占めている。また、対米輸出で、自動車の輸出が3分の1を超えている¹⁵⁾。その高い比率を占めている理由は日本と欧米間の実質賃金及び労働生産性の格差にある。それと日本の労使には、変化しつつあるが、未だ終身雇用制、年功序列の賃金体系等を経済システムとして、特殊な社会調和がある。それ故に、日本の労働者は欧米の労働者に比べ、半強制的に就労している場合が多いといえる。例えば、休日労働のことについて、欧米では休日労働のことは公正かつ適正な競争に違反するものと批判される。一定の時間に仕事を創意・工夫することにより、公正かつ適正な競争と理解される。一方、日本では、企業団体のため、忠誠心を持って、個人の生活を犠牲にする行為として、無定量の職業奉仕の場でこそ高く評価される。

社会における優秀な労働資質や労働意欲の違いにより、日本と欧米の生産性が相違している。その他、勿論、研究開発支出の増大、研究投資の活発化、設備投資のスピードの差が生産性向上に結び付ける。アメリカの場合、最近、研究投資、研究開発技術は特に宇宙ステーション建設等の開発に力を注いでいる。従って、商品開発、生産性向上をするために、長期間が必要である。逆に、日本では、研究投資、研究開発技術は企業と直接関係ある基礎・応用

研究に重点が置かれている。それ故に、製品の開発、生産性の向上をするために、極めて短期間となる。この違いに基づいて、生産性の向上のギャップを生ずることが日本と欧米間の通商紛争・摩擦の原因となる。

また、生産性の向上において、日本が先端技術で世界をリードしている一つの要因はロボットの導入にある。ロボットの操業は人間のように作業開始時間のロスはまったく生まれてこない。しかも、人員整理に伴う労使紛糾に気をを使う心配もない。それに伴って、生産性と品質管理の均一性で生産高を伸ばすことができる。

以上のことから分かるように、アメリカの民間用の工業製品の設備投資、研究開発は日本と比較すると、日本程力を入れないので、工業品の輸出競争力が弱くなる。従って、アメリカに膨大な貿易赤字が生じるのが当然である。さらにまた、日本は国内市場の狭隘で企業が生き残るために、諸外国との競争を行なわなければならない。1節で、述べたように、日本の企業は外国の企業と競争する前に、国内で競争が行なわれるので、様々な弊害が発生し、その弊害を避けるためには、国内外両面に渡る問題を検討する必要がある。

(A) 自己資本の充実・強化

資本主義社会における企業活動の目的は利益を追求することである。企業が利潤を生み出さない場合、企業の存在価値が無く淘汰される。

公正かつ適正な競争を通じてこそ体質強化が図れる。一方、それを超えた過当競争は企業のみならず、経済全体にとっても悪影響を及ぼすことが否定できない。

業者間の競争が激しくなるにつれて、商品の取扱い高の比率が大企業に集中し、中小企業のシェアが減少する傾向にある一方で、過当競争が益々激しくなってくる。特に、企業側は自己資本の不足による多額の他人資本に頼りすぎると、手形の切替に忙殺され、いわゆる自転車操業をする結果になる。従って、無理な売り上げ高を伸ばさせることなく、あくまで収益を重視した健全な経営が望まれる。

以上のことを踏えた上、過当競争の防止には、商社やメーカーの強化策が

不可欠である。そのために、会社の合併・再編、企業の統合を通じた産業再生により、零細企業や小企業の貿易会社を出来る限り減少し、過当競争による社会的な損失を無くすよう努力しなければならない。

さらに、各企業の貿易マーケティング活動の強化により、不当な安値販売による市場攪乱を避けることは勿論のこと、技術革新、従業員の充足、自己資本の充実等を実施することが肝要である。

(B) 貿易割当制度による数量制限の実施

商品の輸出が急激に増加した際、相手国のメーカーや労働組合から高い関税率をかけるセーフガード (safeguard)、輸入数量制限、輸入課徴金の徴収を規定するので、輸出国の大手企業等の産業は大きな打撃を受ける恐れが考えられる。特に、中小企業メーカーは最大の被害者となるだろう。

その弊害を避けるために、貿易取引における輸出割当の規制を緊急に実施する必要がある。貿易取引における輸出規制には数量 (quantity)、価格 (price)、意匠 (design)、決済条件 (payment terms)、船積 (shipment)、納期 (delivery) 等がある。その中の輸出割当量の規制は最も使用され、一番効果的なものであるといえる。その自主協定による規制はあらゆる商品、市場に渡って実施され、いかに適正かつ公正な自由競争が実施されるかが重要な課題となる。

一方、輸出割当の実施をせずに、輸入国は自国の産業を保護するため、輸入国市場における輸出国の製品のボイコット、非買同盟・不購買運動、輸入禁止等の導入が行なわれる。特に、輸入国におけるセーフガード、輸入関税率引き上げを実施することによって、価格へのカルテル効果が生じ、輸入国のマーケットで商品を購入するユーザーの損失をもたらす結果となる。

(C) 海外への進出・生産

過当競争の解決策としては貿易取引における輸出割当の実施を行なうだけでは十分でない。

輸出割当実施を行なった結果、投資機会の増加を受け、企業が拠点を海外へ移転し、海外進出、現地生産が増えている。事業提携や企業の合併・買収 (M&A) 等の国際化戦略を積極的に活用している。

海外市場に進出する場合、特に大企業と組んで、大企業の強力な生産能力や販売網を利用し、短期間に製品を市場に浸透させ、信頼性のある顧客を獲得することができる。また、大企業と提携したことにより、製品輸出や機械の修理等を円滑に行なうことができると同時に、経済成長や雇用に寄与する。

現在、国際競争力に耐えるために、企業統合・合併が実施されるケースがよく見られる。企業の海外への進出・合併は相手国における企業間の激しい競争によって、現地企業の成長に拍車をかけることとなる¹⁶⁾。

海外への進出、企業合併を実施しすぎると、市場への独占化に発展する恐れがある。企業の海外への進出・生産がさらに進展すると、製品の輸出も減少する。反面、海外・現地における企業間の通商紛争、クレームをもたらす可能性も考えられる。

(D) 市場開放・規制緩和

今日、資本主義の発展に伴なうグローバル化の進展では、国際的な過当競争が通商紛争・摩擦をさらに複雑にしていることは事実である。通商紛争、経済摩擦問題を解決するために、ドル安傾向の容認、企業の自己資本の充実、輸出割当制度の実施、海外進出・生産等を実施しても限界がある。従って、有効な対策の一つとして、輸出量の増加に見合う輸入市場の開放、規制緩和、内需拡大を徹底的に行なうべきである。

輸入市場の開放、内需振興・拡大を実施すると同時に、具体的な輸入促進策をとることが何よりも大切であると考えられる。

海外から製品の輸入を拡大するために、主な促進策として、(1) F T A (自由貿易協定) で輸入障壁撤廃、輸入拡大、(2) 輸入関税率の引き下げ、(3) 輸入通関手続の簡略化、迅速化、(4) 輸入製品検査基準の緩和、(5) 輸入割当量の増加、(6) 定期的に輸入製品の展示会の実施等が挙げられる。それらの輸入促進策を円滑かつ積極的行なう必要がある。そのために、現在のような情報化社会では、外国向けの貿易取引・ビジネス情報、輸入促進情報等を常に迅速かつ明確に提供しなければならない。

これらのことが実施された場合、市場開放、規制緩和及び輸入量の増加を

達成する可能性がありうる。世界各国間の相互依存の確立こそ貿易取引の円滑化にとって欠かせない。通商紛争・摩擦の軽減も実現されるであろう。

(E) 経済・企業再生策

国内需要の拡大が実現されるために、日本の経済、景気を立直す必要がある。

1985年9月のG5（プラザ合意）による円切上げがきっかけとなって日本のバブル経済発生の原因となった。1989年12月にバブル崩壊から15年以上を経て、日本経済の病は深刻さの度合いを増している。

戦後最悪のバブル崩壊後の経済危機を乗り越えることができない根本的な要因は何よりも多額の不良債権を抱えていることである。

不良債権が増加する場合、銀行の体力が低下し、企業への貸し出し金額が縮小する。そうすることによって、企業業績が悪化し、倒産する可能性が高まる。このような悪循環により、今日のデフレ深刻化の現象が現われる。

不良債権はデフレとの悪循環により、日々増大している。不良債権処理にはデフレ脱却への方策を打ち出すことが重要である。従って、日本は不良債権処理の促進による金融システムの安定化や減税措置による経済活性化への対策をもっと積極的に行なうべきである。

過当競争を回避するためには、上述した様々な防止策があるが、特に強調したいのは経済・企業再生の問題である。つまり、消費者の購買力を補強させない限り、規制緩和、市場開放及び内需拡大が単なるスローガンになってしまう恐れがある。そのため、経済・企業再生による内需拡大を強く、主張する理由がここにある。経済再生・景気回復の社会では、企業再生による所得が増加する。それによって、社会不安、老後不安の問題をなくすることができるので、可処分所得増加のうちの一部は貯蓄、設備投資に向けられるが、それより大きな割合が消費に向けられると考えられる。そのため、デフレ脱却から内需を拡大すると同時に、通商紛争、貿易摩擦の解消に役に立つのである。

5 結 論

戦後、高度経済成長期に入ってから、日本の貿易黒字は毎年急激に増加している。従って、貿易立国の日本として、これからの輸出は勿論、極めて大切であるが、市場開放、内需拡大によって、諸外国からの輸入拡大も不可欠である。今後、世界各国との相互依存の拡大こそが貿易取引の拡大均衡のカギである。

本論文では、国内外の輸出入業者間の過当競争による多くの障害、影響及び問題点を検討してきた。貿易取引における過当競争の最大被害者が何よりも中小企業メーカーであることは周知の通りである。

貿易取引における過当競争からもたらされた障害・影響を取り除くために、海外市場動向を考慮した上で、特定の商品を輸出する際には、政府の適切な貿易管理、行政指導及び業界の自主的体制整備を積極的に行なうべきである。

日本が自由貿易の利益を最大限に享受し、経済の活性化に結びつけていくためには、4節で述べている様々な対策を実施することが極めて大切である。そうすることによって、諸外国との無用な貿易・通商紛争を事前に予防することが可能となろう。

注

- 1 『世界の統計』、総務省統計局、統計研修所編、2002年
- 2 日本の貿易振興について、日本の輸出入銀行が1952年4月に設立された企業側に機械設備に対する融資面で便宜を与えた。また、1950年代に創設された日本の貿易保険は2002年10月から日本企業向けの海外投資保険の補償対象を拡大する。海外投資保険は原則として、戦争や天災で海外事業を続けられなくなった場合が対象となる。新たに加えるのは、偽ブランド品による知的財産侵害等投資先の国がWTO協定に違反したことによる損失等も補償する。なお、保険料は投資国、輸入国・地域の信頼度によって相違する。例えば、1億円を投資し、9,500万円の保

- 險金を受ける契約の場合、年間保険料はインドネシアが約65万円、中国（香港を含む）が約35万円となる。『通商白書』2001年度及び日本経済新聞2002年9月22日参照。
- 3 輸出商社法の主旨は輸出の可能性を持つ中小企業の輸出活動を奨励、促進するため、「法律」や「輸出金融」などにおける障害を取り除こうとするものである。
 - 4 日本経済新聞1985年3月21日及び2002年9月16日参照。
 - 5 両角良彦『産業政策の理論』、日本経済新聞社、1966年、612頁。
 - 6 館竜一郎、小宮隆太郎、新飯田宏『日本の物価問題』、東洋経済新報、1964年、127～128頁。
 - 7 貿易取引における過当競争の原因は主に貿易業者（小会社・関連会社）の数の多いこと、零細メーカーの経営規模の不合理化及び自己資本の過小不足等の要素から構成される。企業経営の分析によると、業種別に連結決算の対象企業数では、持株比率20%以上の子会社・関連会社を最も多く持つのは商社である。商社一社当たり418社の子会社・関連会社を持っている。また、航空運輸業288社、セメント251社、自動車242社等の順となる。『連結・企業経営の分析』、三菱総合研究所、2000年度参照。
 - 8 拙稿「貿易取引におけるクレームに関する一考察」『浦和論叢』第17号、1997年参照。
 - 9 日本自動車産業（Japan Automotive Industry）2002年版参照。
 - 10 『企業経営の分析』、三菱総合研究所、2003年
 - 11 前掲『企業経営の分析』、2003年
 - 12 日本における主な企業別の広告費支出は対売上高比率をみると、資生堂10.36%、カネボウ8.21%、セブーン・イレブン・ジャパン6.27%、サッポロビール6.27%、三共4.17%に対して、トヨタ自動車1.20%、本田技研工業1.78%、三菱自動車1.53%と相対的に低い方である。日本自動車メーカーの広告費支出は他の産業に比較して、対売上高率は低いと言えるが、広告効果は広告費用支出高比率よりも絶対水準の高さに依存するのが自動車業界の広告費用支出の特徴である。『電通広告年鑑』、2002年版参照。
 - 13 公正取引委員会は、2004年度、独占禁止法に違反した企業に納付を命じる課徴金制度を抜本的に見直す。現在の課徴金は、企業がカルテルや談合を行っていた商品の売上高の6%（中小企業は3%）を不当利益に当るとして納付させる。今後、課徴金額を大幅に引き上げることで、企業に法令順守を促す目的である。日本経済新聞、2002年10月10日及び2003年9月30日参照。
 - 14 労働省労働基準局（賃金時間課）推計によってみると、日本では戦後から1980年代後半まで、年間総実労働時間は2,200時間となり、世界先進国の中で最も多い。主要諸外国との労働時間の格差を縮小するために、1988年に改正労働基準法の実施により、1988年における日本と諸外国の製造業生産労働者の年間総実労働時間

について、日本が1,947時間、米国が1,991時間、英国が1,925時間、フランスが1,672時間、ドイツが1,517時間となった。米英と殆んど同様な水準に達したが、欧州諸国と比較すると、労働時間の格差がまだある。

- 15 『ジェットロ貿易白書』、日本貿易振興会、2001年及び『日本自動車年鑑』、日本自動車会議所、月刊自動車新聞社共著、2000年参照。
- 16 企業の海外への進出・合併を実施する際、現地企業は当初においては、外資企業との技術提携・合併による物の生産が第一主義の発想であったが、その後、生産技術の向上、生産コストの低下、独自の販売力の武器として、自社のブランドで商品を生産し、マーケットに浸透させる。つまり、生産した製品を安さだけで販売するのではなく、修理等アフターサービスやブランドイメージも大切に販売する。現地企業がこのような効果的なマーケティング戦略をとることによって、市場で上位の販売シェアを占める結果となる。昔の台湾、韓国、今日のメイド・イン・チャイナの家電製品、衣類等の日常製品は一つのよい例である。

参考文献

- 1 石田貞夫・東京銀行貿易投資相談所編『貿易取引』有斐閣、1988年
- 2 石田貞夫著『貿易実務』白桃書房、1994年
- 3 石田貞夫編著『貿易実務・英語ハンドブック』同文館、1985年
- 4 石田貞夫編『貿易用語辞典』白桃書房、2003年
- 5 浜谷源蔵著『貿易実務入門』同文館、1995年
- 6 『貿易手続全解』貿易弘報社、1995年
- 7 『六法全書』有斐閣、1996年
- 8 張聰仁著『最新中国語読本』大学書林、1992年
- 9 張聰仁ほか編著『外国為替用語小辞典』経済法令研究会、1993年
- 10 張聰仁著『実践貿易中国語』大学書林、1995年
- 11 張聰仁著『実用中国語入門』国際語学社、1995年
- 12 張聰仁著『中国語ははじめの一步』国際語学社、1998年
- 13 張聰仁著『国際貿易・ビジネス英会話はじめの一步』学文社、2000年
- 14 石田貞夫監修・張聰仁ほか『ビジネス英語で学ぶ貿易取引』学文社、2001年
- 15 張聰仁編著『実用貿易用語英和辞典』国際語学社、2002年
- 16 張聰仁「貿易マーケティングの役割とその課題についての研究」浦和論叢、第30号、2003年
- 17 張聰仁著『役に立つビジネス中国語』国際語学社、2003年

Summary

An Effect of the Unfair Competition in International Trade and the Measures to Cope with It

Thangren Chang

As Japan is an island, the goods produced by enterprises not only had to be sold in Japan, but most of them had to be sold in the rest of the world.

Under the free trade system of WTO, the percentage of exports is more than that of imports into Japan, that confirms Japan has a strong export competitive power. Owing to the fact that trade surplus in Japan has rapidly increased after the world war.

As we know, accompanied by a rapid increase in trade surplus, trade friction with U.S. and other countries undoubtedly will occur. Therefore, Japanese industry and economy will be harmed.

This article is to examine the effects of the unfair competition in international trade and the measures to resolve them.